

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PRAKTEK
PENGUNGKAPAN SOSIAL DAN LINGKUNGAN DI INDONESIA**

TESIS

Diajukan Kepada Program Studi Magister Akuntansi

Universitas Diponegoro

**Untuk memenuhi sebagian syarat guna
memperoleh derajat S-2 Magister Akuntansi**



Diajukan oleh:

Nama : Rahma Yuliani

NIM : C4C000358

Kepada

PROGRAM STUDI MAGISTER AKUNTANSI

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS DIPONEGORO

TAHUN 2003

UPI-PUSTAK-UNDIP

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tesis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang diacu dalam naskah ini secara tertulis dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Semarang, 11 April 2003



Rahma Yuliani

Tesis berjudul

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PRAKTEK
PENGUNGKAPAN SOSIAL DAN LINGKUNGAN DI INDONESIA**

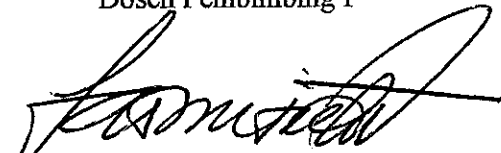
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Rahma Yuliani


telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 11 April 2003
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk diterima

Susunan Tim Penguji


Dosen Pembimbing I


Drs. H. Tarmizi Achmad, MBA, Akt.


Dosen Pembimbing II


Dra. Johanna Maria K., M.Ec

Anggota Tim Penguji


Drs. Sugeng Pamudji, MSi, Akt.


Drs. Anis Chariri, M.Com, Akt.


Dra. Zulaikha, MSi, Akt.

Semarang, 11 April 2003

Universitas Diponegoro

Program Pasca Sarjana

Program Studi Magister Sains Akuntansi

Kemua Program



Sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang bersabar

UPT-PUSTAK-UNDIP	
No. Daft:	2087/T/mel ei
Tgl.	6-12

**Ku persembahkan untuk
Yang tercinta keluarga
di Semarang dan Banjarmasin
Serta suamiku tercinta Zaki Mubarak SE MSi**

ABSTRACT

The study objective is to analyze the effect of corporate characteristics: size, type of industry, and profitability toward social and environmental disclosures in annual reports of companies in Indonesia. The disclosure themes included are: environment, energy, product/ consumer, employee (health and safety), employee (other), and general.

The samples of the study are 44 go public companies in Jakarta Stock Exchange that have announced annual reports for 2001. The data analysis used is multiple regression analysis.

The results show that the corporate size (net sales), and the type of industry affect the social and environmental disclosure. On the other hand, the study cannot prove that profitability (ROA) affects the social and environmental disclosure. The results also show that the employee (other) theme is the most themes that every company discloses it.

Keywords: Social and Environmental disclosure, Sales, Type of Industry, Return On Assets

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik perusahaan: ukuran perusahaan, tipe industri dan profitabilitas terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan-perusahaan di Indonesia. Tema pengungkapan meliputi; tema lingkungan, energi, produk/ konsumen, kesehatan dan keamanan karyawan, karyawan (lainnya) dan umum.

Sampel penelitian ini adalah 44 perusahaan go public di Bursa Efek Jakarta yang menyampaikan laporan tahunan tahun 2001. Analisis data yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil penelitian menyatakan bahwa ukuran perusahaan (penjualan bersih) dan tipe industri mempengaruhi pengungkapan sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan. Tetapi, penelitian ini tidak bisa membuktikan bahwa profitabilitas (ROA) mempengaruhi pengungkapan sosial dan lingkungan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa tema karyawan (lainnya) merupakan tema yang paling banyak diungkapkan oleh tiap perusahaan.

Kata Kunci: Pengungkapan sosial dan lingkungan, Penjualan, Tipe industri,

Return On Assets

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah akhirnya penulisan tesis ini dapat diselesaikan sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi pada Program Pascasarjana Magister Sains Akuntansi di Universitas Diponegoro Semarang. Tulisan ini hanya merupakan bagian dari proses pembelajaran. Dalam penyusunan tesis ini penulis banyak sekali mendapat bantuan dari berbagai pihak baik selama masa perkuliahan maupun pada saat penyusunan tesis.

Ucapan terimakasih penulis ucapkan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
2. Papah dan Ibu yang telah memberi dorongan serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan di Program Magister Akuntansi Undip. Untuk kakakku dan adik – adikku tersayang, terimakasih atas bantuannya.
3. Bapak Drs.H.Tarmidzi Achmad, MBA, Akt dan Ibu Dra.Johanna Maria Kodoatie, MEc., penulis mengucapkan terimakasih atas bimbingannya dalam penulisan tesis ini. Dosen-dosen Program Magister Akuntansi Undip, penulis mengucapkan banyak terimakasih atas segala ilmu dan wawasan yang telah diberikan.
4. Kepada suamiku tercinta Zaki Mubarak SE, MSi., penulis mengucapkan banyak terimakasih atas segala motivasi, dorongan, kesabaran, cinta serta doa yang telah diberikan pada saat penulisan tesis ini. Keluarga di Banjarmasin; abah, mama dan kakak, terimakasih atas dorongan serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis.

5. Kepada teman-teman angkatan IV Kelas A & B pagi, Bapak Sahmudin SE, MSi., Akt beserta istri, Zaleka Eliza Nora SE, MSi., Ibu Sri Anik, SE, MSi., Bapak Abdul Kadir SE, MSi., Bapak Jazuli SE, MSi dan Ibu Andwiani Sinarasri SE, MSi penulis mengucapkan banyak terimakasih atas saran dan kerjasamanya.
6. Kepada Ibu Rere SE, MSi, Ibu Yusrawati SE, MSi., Dewi Susilowati SE MSi., Diana Rahmawati SE, MSi., Ibu Elfreda SE, MSi, serta Angkatan V Pagi dan Angkatan VI malam Kartika SE, penulis mengucapkan terimakasih atas bantuannya .
7. Kepada sahabatku Bertha Marsilia Dewi SH, Endah Herdit Handayani S.Psi, Resi Ayu, SE dan Dian Kurnia, terimakasih atas nasehat serta saran-sarannya. Kepada Bapak Kol. Bambang Sumardito beserta istri penulis mengucapkan terimakasih atas bantuannya.

Mudah-mudahan tesis ini bisa berguna untuk memperluas wawasan praktis dan keilmuan kita. Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih banyak kekurangannya, oleh karena itu penulis menerima segala saran dan kritik yang membangun guna proses pembelajaran.

Semarang, 11 April 2003

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
II. TELAAH PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	8
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	10
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	16
2.4 Perumusan Hipotesis.....	17
III. METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Sumber Data.....	18
3.2 Populasi dan Sampel.....	18

3.3 Prosedur Pengumpulan Data.....	19
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	20
3.5 Teknik Analisis	24

IV. PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Sampel.....	30
4.2 Profil Sampel	31
4.3 Analisis Data.....	35

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	45
5.2 Implikasi Hasil Penelitian.....	46
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	47
5.4 Saran.....	47

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	16
Gambar 4.1 <i>Scatterplot</i>	38
Gambar 4.2 Durbin Watson Test.....	39

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Rangkuman Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 4.1 Distribusi Sampel Berdasarkan Klasifikasi Industri.....	30
Tabel 4.2 Klasifikasi Penjualan Bersih Sampel.....	31
Tabel 4.3 Klasifikasi ROA Sampel....	31
Tabel 4.4 Tipe Industri Perusahaan Sampel.....	32
Tabel 4.5 Jumlah Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Sampel Penelitian.....	33
Tabel 4.6 Pengungkapan Sosial Yang Dilakukan Perusahaan	34
Tabel 4.7 Deskripsi Statistik Variabel Penelitian.....	35
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Normalitas Data.....	36
Tabel 4.9 Nilai VIF (<i>Variance Inflation Factor</i>) dan <i>Tolerance</i>	37
Tabel 4.10 Hasil Uji Park.....	38
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Perusahaan Sampel
- Lampiran 2 Daftar Pengungkapan Perusahaan Sampel
- Lampiran 3 Daftar Penjualan Bersih Perusahaan Sampel
- Lampiran 4 Daftar Tipe Industri Sampel
- Lampiran 5 Daftar ROA Perusahaan Sampel
- Lampiran 6 Output Deskriptive Statistics dan Output Uji Normalitas Data
- Lampiran 7 Output Uji Park
- Lampiran 8 Analisis Regresi
- Lampiran 9 Cheklist Kategori Pengungkapan Sosial dan Lingkungan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada dekade terakhir ini pertumbuhan kesadaran publik terhadap peran perusahaan di masyarakat makin meningkat. Banyak perusahaan yang dianggap telah memberi kontribusi bagi kemajuan ekonomi dan teknologi tetapi perusahaan tersebut mendapat kritik karena telah menciptakan masalah sosial. Polusi, penyusutan sumber daya, limbah, mutu dan keamanan produk, hak dan status karyawan dan kekuatan dari perusahaan besar merupakan isu-isu yang menjadi perhatian semakin meningkat (Gray *et al.*, 1987).

Tekanan dari berbagai pihak muncul terhadap sektor swasta untuk menerima tanggung jawab dampak pengaruh aktivitas bisnis terhadap masyarakat. Perusahaan tidak hanya bertanggungjawab kepada pemegang saham dan kreditur, tetapi juga diharuskan bertanggungjawab kepada masyarakat yang lebih luas. Doktrin Friedman (1962) dalam Hackston dan Milne (1996) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dari unit bisnis hanyalah memaksimumkan laba tidak bisa diterima secara universal. Penelitian-penelitian menunjukkan kesadaran yang makin meningkat pada sebagian eksekutif perusahaan bahwa perusahaan memiliki kewajiban untuk membantu masyarakat, meskipun hal itu dapat mengurangi laba (Holmes, 1976; Ostlund, 1977 dalam Hackston dan Milne (1996)).

Pertumbuhan kesadaran tanggung jawab sosial perusahaan mengakibatkan adanya kritik terhadap penggunaan laba sebagai satu-satunya alat ukur kinerja perusahaan. Sebagai respon, beberapa insitinsi akuntansi utama (AICPA, NAA, ICAEW) mulai memikirkan akuntansi sosial perusahaan pada pertengahan tahun 1970 (Ramanathan, 1976 dalam Hackston dan Milne (1996)). Peneliti akuntansi telah mulai mengartikulasikan perspektif teori yang berbeda untuk mendukung akuntansi sosial perusahaan yang terdiri dari teori legitimasi, teori ekonomi politik akuntansi dan teori *stakeholder* (Gray *et al.*, 1987, 1988, 1995a; Guthrie dan Parker, 1990; Patten, 1991, 1992; Roberts, 1992). Bagaimanapun, sampai saat ini masih belum ada kerangka teoritis dari akuntansi sosial perusahaan yang bisa diterima secara universal (Gray *et al.*, 1995a; Guthrie dan Mathews, 1985).

Tanggung jawab sosial diartikan bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab pada tindakan yang mempengaruhi konsumen, masyarakat dan lingkungan (Ivancevic, 1992 dalam Rizal Hasibuan, 2001). Adanya tuntutan masyarakat akan tanggung jawab sosial perusahaan pada isu-isu konsumen, tenaga kerja, kemasyarakatan dan kepedulian terhadap lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk undang-undang maka terdapat peningkatan pengungkapan sukarela perusahaan dalam laporan tahunan sejak tahun 1989 (Gamle *et al.*, 1995 dalam Rizal Hasibuan, 2001).

Terdapat Peningkatan jumlah perusahaan yang secara sukarela mengungkapkan aktivitas pertanggungjawaban sosial pada laporan tahunan mereka, meskipun terdapat kekurangan konsensus pada profesi akuntansi dan

literatur akuntansi teoritis tentang mengapa perusahaan mengungkapkan akuntansi pertanggungjawaban sosial. Pengungkapan sosial perusahaan didefinisikan sebagai ketentuan dari informasi keuangan dan non keuangan yang berhubungan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan sosial dan fisiknya sebagaimana yang dinyatakan dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial yang terpisah (Guthrie dan Mathews, 1985). Pengungkapan sosial perusahaan mencakup detail tentang lingkungan fisik, energi, sumberdaya manusia, produk dan masalah keterlibatan masyarakat.

Laporan tahunan perusahaan terdiri dari pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Pengungkapan sukarela muncul karena adanya kesadaran masyarakat akan lingkungan sekitar, keberhasilan perusahaan tidak hanya pada laba semata tetapi ditentukan juga kepedulian perusahaan terhadap masyarakat disekitar perusahaan.

PSAK No. 1 (revisi 1998) paragraf sembilan secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah lingkungan dan sosial:

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup laporan nilai tambah, khususnya bagi industri dimana faktor – faktor lingkungan hidup memegang peranan penting bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting “.

Pernyataan diatas secara jelas menyebutkan bahwa perusahaan bertanggungjawab terhadap lingkungan sekitarnya terutama perusahaan industri yang meninggalkan limbah apabila limbah tidak diolah terlebih dahulu akan mencemari lingkungan sekitarnya. Dengan adanya PSAK No 1 tersebut diharapkan kesadaran perusahaan terhadap lingkungan bertambah.

Penelitian empiris terdahulu sebagian besar menyajikan gambaran dasar darimana berbagai pola pengungkapan muncul. Penelitian saat ini menemukan hubungan antara beberapa karakteristik perusahaan dengan pengungkapan sosial perusahaan. Beberapa penelitian yang terdahulu akan diulas sebelum melakukan pengujian terhadap praktek pengungkapan di Indonesia.

Beberapa penelitian empiris tentang praktek pengungkapan sosial perusahaan banyak berfokus di Amerika Serikat, Inggris, dan Australia. Sedikit penelitian telah dilakukan di negara-negara lain seperti Kanada, Jerman, Jepang, New Zealand, Malaysia, Singapura dan Indonesia. Sebagian besar penelitian empiris di Amerika Serikat cenderung menggunakan bukti survey empiris Ernst&Ernst (1978). Penelitian tersebut kini telah ketinggalan jaman, penelitian Guthrie dan Parker (1990) di Amerika Serikat memberikan bukti survey empiris yang lebih baru. Penelitian longitudinal mulai dari tahun 1979 sampai dengan 1991 oleh Gray *et al.* (1987, 1995a) memberikan bukti survey empiris di Inggris. Penelitian di Australia mencakup Trotman (1979) dan Guthrie (1983). Penelitian yang dilakukan oleh Davey (1982), Ng (1985) serta Hackston dan Milne (1996) telah memberikan beberapa gambaran tentang pengungkapan sosial perusahaan di New Zealand.

Penelitian mengenai pengaruh karakteristik perusahaan; ukuran perusahaan, tipe industri dan *profitabilitas* terhadap pengungkapan sosial perusahaan telah dilakukan oleh beberapa peneliti, misalnya Cowen *et al.*, 1987; Kelly, 1981; Patten, 1991; Davey, 1982; Ng, 1985; Hackston dan Milne, 1996. Muslim Utomo (1999) di Indonesia melakukan penelitian pengungkapan sosial

pada industri *high profile* dan *low profile* pada laporan tahunan perusahaan 1998. Hasil penelitian menunjukkan industri *high profile* lebih tinggi mengungkapkan pengungkapan sosial dari industri *low profile*.

Penelitian ini memperluas lingkup penelitian Muslim Utomo (1999) dengan menambah dua variabel yaitu ukuran perusahaan dan profitabilitas berdasarkan penelitian Hackston dan Milne (1996) di New Zealand. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan sosial perusahaan yang berbeda-beda di Amerika Serikat, Inggris, Australia, Jepang, Malaysia dan Singapura. Penelitian empiris tentang praktek pengungkapan sosial perusahaan sebagian besar dilakukan di negara-negara maju daripada di negara berkembang. Hasil penelitian di negara maju tidak bisa digeneralisir di negara berkembang. Hal-hal diatas mendorong peneliti melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan sosial dan lingkungan di Indonesia.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya terutama pada aspek-aspek sebagai berikut:

- a. Pengukuran pengungkapan sosial dan lingkungan menggunakan metode *content analysis*.
- b. Peneliti tidak mempertimbangkan letak pengungkapan sosial perusahaan dalam laporan tahunan.
- c. Tema yang digunakan yaitu tema lingkungan, sumber daya manusia, produk, energi, kesehatan dan keselamatan karyawan, karyawan lainnya, kemasyarakatan dan umum.

1.2 Perumusan Masalah

Tanggung jawab perusahaan tidak hanya kepada pemegang saham dan kreditur tetapi perusahaan harus bertanggungjawab terhadap masyarakat dan lingkungannya. Pertanggungjawaban perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungannya muncul ketika aktivitas bisnis perusahaan menciptakan berbagai masalah sosial dan lingkungan. Oleh karena itu diperlukan akuntansi sosial perusahaan untuk memenuhi pertanggungjawaban perusahaan pada masyarakat dan lingkungannya. Namun, sampai saat ini belum ada kerangka teoritis akuntansi sosial perusahaan yang secara universal diterima (Gray *et al.*, 1995a; Guthrie dan Mathews, 1985). Adanya riset gap di atas maka penelitian ini mencoba meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan sosial perusahaan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Apakah karakteristik perusahaan; ukuran perusahaan, tipe industri, dan profitabilitas mempengaruhi pengungkapan sosial dan lingkungan di Indonesia.

1.3 Tujuan penelitian

Berkaitan dengan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis:

- a. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan pada laporan tahunan perusahaan.
- b. Pengaruh tipe industri terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan pada laporan tahunan perusahaan.
- c. Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan pada laporan tahunan perusahaan.

- d. Pengaruh ukuran perusahaan, tipe industri, dan profitabilitas secara bersama-sama terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan pada laporan tahunan perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada perusahaan pentingnya akuntansi lingkungan dan sosial.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengembangan pengungkapan sukarela khususnya pengungkapan sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menyajikan suatu gambaran yang *up to date* tentang praktek pengungkapan sosial perusahaan di Indonesia, dan menguji beberapa penentu potensial dari pengungkapan sosial dan lingkungan pada laporan tahunan perusahaan di Indonesia.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

Beberapa teori menurut Gray *et. al.*, (1996) yang dipergunakan peneliti untuk menjelaskan kecenderungan pengungkapan sosial:

a. Teori *Stakeholder*

Stakeholder merupakan pihak-pihak yang berkepentingan pada perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan. Organisasi memiliki banyak *stakeholder* seperti karyawan, masyarakat, negara, *supplier*, pasar modal, pesaing, badan industri, pemerintah asing dan lain-lain. Hal pertama mengenai teori *stakeholder* adalah bahwa ia adalah sistem yang secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, yang mengakui sifat saling mempengaruhi antara keduanya yang kompleks dan dinamis.

Teori *stakeholder* berhubungan langsung dengan model akuntabilitas. *Stakeholder* dan organisasi saling mempengaruhi, hal ini dapat dilihat dari hubungan sosial keduanya yang berbentuk responsibilitas dan akuntabilitas. Oleh karena itu organisasi memiliki akuntabilitas terhadap *stakeholdernya*. Sifat dari akuntabilitas itu ditentukan dengan hubungan antara *stakeholder* dan organisasi. Robert (1992) menyatakan bahwa pengungkapan sosial perusahaan merupakan sarana yang penting bagi perusahaan untuk menegosiasikan hubungan dengan *stakeholdernya*.

b. Teori Legitimasi

Teori legitimasi menyatakan bahwa suatu organisasi hanya bisa bertahan jika masyarakat dimana dia berada merasa bahwa organisasi beroperasi berdasarkan sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat. Teori legitimasi dalam bentuk umum memberikan pandangan yang penting terhadap praktek pengungkapan sosial perusahaan. Kecenderungan umum perusahaan melakukan pengungkapan sosial perusahaan hanya menekankan pada poin positif dari organisasi dibandingkan dengan elemen yang negatif, hal ini merupakan bagian dari legitimasi organisasi.

c. Teori ekonomi politik

Dua pandangan teori ekonomi politik: klasik (biasanya sebagian besar berhubungan dengan Marx) dan *Bourgeois* (biasanya sebagian besar berhubungan dengan John Stuart Mill dan ahli ekonomi berikutnya) (Gray *et. al.*, 1996). Perbedaan penting antara keduanya terletak pada tingkat analisis pemecahan, yakni konflik struktural dalam masyarakat. Ekonomi politik klasik meletakkan konflik struktural, ketidakadilan dan peran negara pada analisis pokok. Sedangkan Ekonomi politik *Bourgeois* cenderung menganggap hal-hal tersebut merupakan sesuatu yang *given* dan oleh karena itu, hal-hal tersebut tidak dimasukkan dalam analisis. Hasilnya, Ekonom politik *Bourgeois* cenderung memperhatikan interaksi antar kelompok dalam suatu dunia pluralistik (sebagai misal, negosiasi antara perusahaan dan kelompok penekan masalah lingkungan, atau dengan pihak yang berwenang).

Ekonomi politik *Bourgeois* bisa digunakan dengan baik untuk menjelaskan tentang praktek pengungkapan sosial. Sedangkan Ekonomi politik Klasik hanya sedikit menjelaskan praktek pengungkapan sosial perusahaan, mempertahankan bahwa pengungkapan sosial perusahaan dihasilkan secara sukarela. Teori ekonomi politik klasik memiliki pengetahuan tentang aturan pengungkapan wajib, dalam hal ini biasanya negara telah memilih untuk menentukan beberapa pembatasan terhadap organisasi. Ekonom politik klasik akan menginterpretasikan hal ini sebagai bukti bahwa negara bertindak “seakan-akan” atas kepentingan kelompok yang tidak diuntungkan (sebagai misal, orang yang tidak mampu, ras minoritas) untuk menjaga legitimasi sistem kapitalis secara keseluruhan (Gray *et al.*, 1996).

2.2 Penelitian Sebelumnya

2.1.1 Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Sosial

Karakteristik perusahaan dapat menunjukkan prediktor kualitas perusahaan, (Lang dan Lundlom, 1993). Literatur teoritis dan empiris menunjukkan bahwa karakteristik perusahaan dapat menjelaskan variasi luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan. Beberapa karakteristik perusahaan yang diidentifikasi memiliki pengaruh terhadap pengungkapan perusahaan adalah sebagai berikut:

2.1.1.1 Ukuran Perusahaan

Teori legitimasi memiliki alasan tentang hubungan ukuran dan pengungkapan. Perusahaan besar yang lebih banyak melakukan aktivitas sosial memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki lebih banyak pemegang saham yang mempunyai perhatian terhadap program sosial perusahaan, dan laporan tahunan perusahaan merupakan alat yang efisien untuk mengkomunikasikan informasi ini (Cowen *et. al.*, 1987). Sehingga aktivitas perusahaan mendapat legitimasi dari masyarakat.

Hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan sosial perusahaan telah ditunjukkan dalam beberapa penelitian empiris (sebagai misal, Cowen *et al.*, 1987; Kelly, 1981; Patten, 1991). Meskipun demikian, tidak semua penelitian mendukung hubungan ukuran-pengungkapan. Penelitian Robert (1992) di Amerika Serikat menemukan tidak ada hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan sosial perusahaan. Penelitian Davey (1982) dan Ng (1985) di New Zealand gagal untuk mendukung hubungan ukuran perusahaan dan praktek pengungkapan sosial perusahaan yang telah dihipotesiskan. Guthrie dan Mathews (1985) menyatakan bahwa hasil Davey (1982) dan Ng (1985) yang demikian itu disebabkan oleh kecilnya sampel yang digunakan. Penelitian Hackston dan Milne (1996) di New Zealand berhasil untuk mendukung pengaruh ukuran perusahaan dan praktek pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan di New Zealand.

2.1.1.2 Tipe Industri

Tipe dari industri perusahaan telah diidentifikasi sebagai faktor potensial yang mempengaruhi praktek pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan. Dierkes dan Preston (1977) dalam Hackston dan Milne (1996) berpendapat bahwa perusahaan yang kegiatan ekonominya mempengaruhi lingkungan, seperti industri *extractive* akan lebih suka mengungkapkan informasi tentang pengaruh terhadap lingkungan mereka dibandingkan dengan perusahaan di industri lain. Perusahaan yang berorientasi pada konsumen diduga akan memberikan perhatian yang lebih besar dengan menunjukkan tanggung jawab sosial mereka terhadap masyarakat, karena hal ini akan menambah *image* perusahaan dan mempengaruhi penjualan (Cowen *et al.*, 1987). Patten (1991), menyatakan bahwa industri seperti halnya ukuran perusahaan mempengaruhi pandangan politis dan hal ini akan membuat pengungkapan menangkal tekanan yang tak semestinya dan kritikan dari aktivis sosial.

Beberapa penelitian empiris telah menemukan hubungan positif antara klasifikasi industri dan pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan. Penelitian Kelly (1981) di Australia menemukan bahwa perusahaan industri utama dan sekunder cenderung untuk mengungkapkan lebih banyak informasi yang berhubungan dengan lingkungan dan energi dibandingkan dengan perusahaan di bidang industri tersier, sedangkan hubungan yang berkebalikan ditemukan untuk informasi yang berhubungan dengan interaksi masyarakat. Dalam penelitian pada perusahaan Amerika yang mirip dalam desain Kelly, Cowen *et al.*, (1987) menemukan bahwa kategori industri mempengaruhi

pengungkapan energi dan keterlibatan masyarakat. Meskipun demikian, hasil mereka secara jelas mengindikasikan bahwa kejadian dan jumlah total pengungkapan sosial perusahaan tidak berhubungan dengan kategori industri. Berlawanan dengan penemuan ini, Patten (1991) dan Robert (1992) telah menemukan hubungan positif antara industri *high profile* dan jumlah pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Berkaitan dengan ukuran perusahaan, penelitian Davey (1982) dan Ng (1985) gagal untuk menemukan hubungan antara tipe industri dan pengungkapan sosial perusahaan untuk perusahaan New Zealand. Hackston dan Milne (1996) membuktikan bahwa terdapat hubungan antara tipe industri dan pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan di New Zealand. Penelitian Muslim Utomo (1999) membuktikan bahwa industri *high profile* lebih banyak melakukan pengungkapan dibanding industri *low profile*.

2.1.1.3 Profitabilitas perusahaan

Hubungan antara pengungkapan sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan telah menjadi postulat untuk menggambarkan pandangan bahwa tanggapan sosial memerlukan gaya manajerial yang sama seperti apa yang perlu dilakukan untuk membuat perusahaan menghasilkan laba (Bowman & Haire, 1976 dalam Hackston dan Milne (1996)). Pengungkapan sosial perusahaan dipercaya mencerminkan suatu pendekatan manajemen adaptif yang berhubungan dengan lingkungan yang dinamik dan multi dimensional dan kemampuan untuk menghadapi tekanan sosial dan tanggapan terhadap kebutuhan sosial. Kemampuan manajemen dianggap perlu untuk dipertahankan dalam lingkungan

perusahaan sekarang ini (Cowen *et al*, 1987). Sedangkan Bowman & Haire (1976) dalam Hackston dan Milne (1996) menyatakan bahwa profitabilitas adalah faktor yang memungkinkan manajemen bebas dan fleksibel untuk melakukan dan menyatakan pada pemegang saham program-program pertanggungjawaban sosial yang luas.

Riset penelitian empiris terhadap hubungan pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan - profitabilitas menghasilkan hasil yang sangat beragam, baik Bowman dan Haire (1976) dan Preston (1978) menyajikan hasil yang mendukung hubungan profitabilitas pengungkapan sosial perusahaan. Penelitian Bowman dan Haire (1976) dalam Hackston dan Milne (1996) melaporkan perbedaan yang signifikan untuk rata-rata ROE selama 5 tahun antara perusahaan yang mengungkapkan dengan perusahaan yang tidak mengungkapkan. Penelitian Preston (1978) dalam Hackston dan Milne (1996) melaporkan perusahaan yang mempunyai ROE yang lebih tinggi melakukan pengungkapan yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan Fortune 500 yang lain.

Robert (1992) menemukan hubungan antara laba sebelumnya dan pengungkapan sosial perusahaan, Patten (1991) menggunakan ukuran berganda untuk *profitabilitas* termasuk laba sebelumnya dan gagal menemukan hubungan antara pengungkapan sosial perusahaan dan profitabilitas. Penelitian Davey (1982), Ng (1985) dan Hackston dan Milne (1996) tidak dapat menemukan bukti hubungan pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan dan profitabilitas di perusahaan di New Zealand.

2.1.1.4 Rangkuman Penelitian Sebelumnya

Penelitian ini memperluas lingkup penelitian Muslim Utomo (1999) dengan menambah dua variabel yaitu ukuran perusahaan dan profitabilitas berdasarkan penelitian penelitian Hackston dan Milne (1996) di New Zealand. Rangkuman penelitian-penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel 2.1 berikut ini:

Tabel 2.1
Rangkuman Penelitian Terdahulu

Peneliti	Variabel Penelitian	Model Analisis	Hasil Penelitian
Kelly (1981)	Industri, Ukuran perusahaan	Regresi Berganda	Perusahaan industri utama dan sekunder cenderung untuk mengungkapkan lebih banyak informasi yang berhubungan dengan lingkungan dan energi dibandingkan dengan perusahaan di bidang industri tersier. Terdapat hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan sosial perusahaan
Davey (1982)	Ukuran perusahaan, industri, profitabilitas	Regresi Berganda	Ukuran perusahaan, Industri dan profitabilitas tidak mempengaruhi pengungkapan sosial perusahaan
Ng (1985)	Ukuran perusahaan, Industri, Profitabilitas	Regresi Berganda	Ukuran perusahaan, Industri dan profitabilitas tidak mempengaruhi pengungkapan sosial perusahaan
Cowen <i>et al</i> (1987)	Ukuran perusahaan, Industri, <i>profitabilitas</i>	Regresi Berganda	Ukuran perusahaan berhubungan dengan pengungkapan sosial. Kategori industri mempengaruhi pengungkapan energi dan keterlibatan masyarakat. <i>Profitabilitas</i> tidak mempengaruhi pengungkapan sosial
Patten (1991)	Ukuran perusahaan, industri dan profitabilitas	Regresi berganda	Ukuran perusahaan maupun tipe industri mempengaruhi pengungkapan sosial perusahaan sedangkan profitabilitas tidak mempengaruhi pengungkapan sosial perusahaan

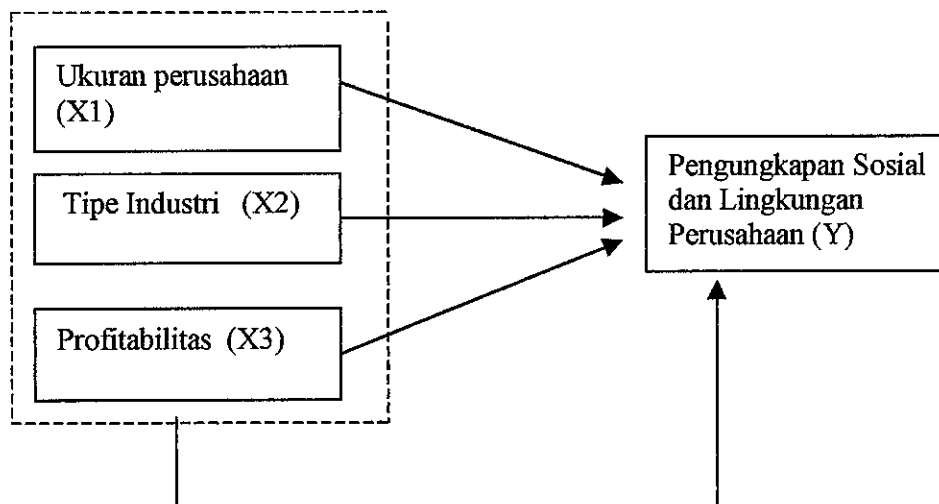
Robert (1992)	Ukuran perusahaan, industri dan Profitabilitas	Regresi berganda	Ukuran perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan sosial perusahaan. Tipe industri <i>high profile</i> dan <i>low profile</i> dan profitabilitas mempengaruhi pengungkapan sosial perusahaan
Hackston dan Milne (1996)	Ukuran perusahaan, tipe industri dan profitabilitas	Regresi Berganda	Ukuran perusahaan maupun tipe industri mempengaruhi pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan sedangkan profitabilitas tidak mempengaruhi pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan
Muslim Utomo (1999)	Tipe industri, <i>high</i> dan <i>low profile</i>	Uji beda	Tipe industri <i>high profile</i> lebih tinggi melakukan pengungkapan sosial dibandingkan industri <i>low profile</i>

Sumber: dirangkum dari berbagai sumber

2. 3. Kerangka Pemikiran Teoritis

Dari uraian teoritis maka dapat digambarkan kerangka teoritis sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pikir



2. 4. Hipotesis

Hipotesis-hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1

Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan

Hipotesis 2

Industri high profile berpengaruh positif terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan

Hipotesis 3

Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan

Hipotesis 4

Ukuran perusahaan, industri high profile dan profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang berasal dari perusahaan di Bursa Efek Jakarta pada tahun 2001. Data yang digunakan adalah laporan tahunan 2001 yang dipublikasikan pada awal 2002. Alasan dipilihnya periode waktu tersebut karena laporan tahunan 2001 merupakan data terbaru yang bisa diperoleh peneliti di Pusat Referensi Pasar Modal (PRPM) di Bursa Efek Jakarta.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi penelitian ini adalah perusahaan yang listing di Bursa Efek Jakarta. Perusahaan yang go publik pada bursa sampai dengan tahun 2001 berjumlah 313 perusahaan yang terbagi dalam sembilan sektor, dimana pengelompokkan sektor usaha berdasarkan pada jenis usaha perusahaan.

3.2.2. Sampel

Dari jumlah populasi 313 perusahaan ditentukan ukuran sampel dengan menggunakan rumus (Babbie, Earl; 1983, dalam Rizal Hasibuan; 1999)

$$n = \frac{N.pq}{(N-1)D + pq}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel yang diinginkan

N = Jumlah populasi (313)

p = untuk meminimumkan resiko *sampling error* dipakai = 0,5

$$q = (1-p) = 0,5$$

$B = \text{Bound of error}$ atau kelonggaran kesalahan diperkirakan berinterval range tidak lebih dari 10%.

$$D = B^2 / 4$$

Maka dari rumus tersebut diketahui:

$$D = (0,1)^2 : 4$$

$$= 0,0025$$

$$n = \frac{313(0,5,0,5)}{(313-1)0,0025 + (0,5)(0,5)}$$

$$= \frac{78,25}{1,78}$$

$$= 43,96 \text{ sampel} = 44 \text{ perusahaan.}$$

Sampel diambil dengan metode *purposive sampling* dikarenakan tidak seluruh perusahaan yang ada dalam klasifikasi perusahaan secara sektor dan blok, tidak seluruh perusahaan melaporkan laporan tahunan 2001 dan melakukan pengungkapan sosial pada laporan tahunan 2001.

3.3 Prosedur Pengumpulan Data

Data diperoleh dari laporan tahunan perusahaan yang listing pada Bursa Efek Jakarta pada tahun 2001. Data tersebut diperoleh dari Pusat referensi Pasar Modal (PRPM) Bursa Efek Jakarta.

3.4 Definisi Operasional Variabel

3.4.1. Pengungkapan Sosial Perusahaan

Analisis isi (*content analysis*) digunakan untuk mengukur pengungkapan sosial perusahaan. Menurut Weber (1988) dalam Hackston dan Milne (1996), “analisis isi adalah suatu metode kodifikasi teks (atau konteks) dari suatu tulisan menjadi beberapa kelompok (atau kategori) tergantung dari kriteria yang dibuat”. Pemberian kode akan menghasilkan kuantitatif yang digunakan untuk analisis selanjutnya. Krippendorff (1980) dalam Hackston dan Milne (1996) menyatakan bahwa “analisis isi adalah teknik penelitian untuk membuat inferensi yang *replicable* dan *valid* dari data tergantung dari konteksnya”. Dalam satu bentuk atau bentuk lainnya, metode itu telah diadopsi dalam penelitian pengungkapan pertanggungjawaban sosial terdahulu (sebagai misal, Guthrie dan Mathews, 1985; Guthrie dan Parker, 1990; Hackston dan Milne, 1996).

Agar analisis isi bisa dilaksanakan dengan cara yang *replicable*, maka dibuat suatu *checklist* dan aturan keputusan. *Checklist* ada pada lampiran. Kategori instrumen yang digunakan dibuat oleh Hackston dan Milne (1996), yang didasarkan pada penelitian terdahulu dari Ernst & Ernst (1978), Guthrie dan Parker (1990), dan Gray *et. al.* (1995a) dan mencakup dimensi dari tema pengungkapan (lingkungan, energi, produk/ konsumen, masyarakat, karyawan/ sumber daya manusia, umum/ lainnya); dan total (jumlah dari kalimat).

3.4.1.1 Instrumen

Instrumen yang digunakan memiliki perbedaan dari penelitian terdahulu, yakni:

- Lokasi dalam laporan. Dimensi dari lokasi laporan tidak dimasukkan. Literatur tentang hal ini tidak jelas tentang mengapa lokasi dalam laporan penting dan data lokasi tampak memiliki nilai yang sangat kecil melebihi deskripsi (Gray *et al.*, 1995b).
- Jumlah pengungkapan. Jumlah pengungkapan tiap perusahaan dan per kategori isi diukur dengan jumlah kalimat seperti yang dilakukan Hackston dan Milne (1996). Dalam banyak penelitian terdahulu, kuantifikasi dari tiap kategori pengungkapan terdiri dari pencatatan apakah perusahaan membuat atau tidak membuat pengungkapan dalam kategori, dan total jumlah per perusahaan diukur ke yang terdekat ke kesepuluh atau seperempat dari suatu halaman. Ng (1985) mengkritik porsi dari pengukuran halaman karena ukuran hasil cetakan, ukuran kolom, dan ukuran halaman bisa berbeda antara satu laporan tahunan dengan laporan tahunan lainnya. Untuk mengatasi masalah tersebut, Ng (1985) menggunakan jumlah kata. Mengukur jumlah pengungkapan sosial perusahaan dengan jumlah kata, meskipun demikian, hal tersebut membuat para peneliti harus mempertimbangkan dengan hati-hati mana kata yang merupakan suatu pengungkapan sosial perusahaan dan mana yang tidak. Akibatnya, terdapat kemungkinan adanya ketidaksepakatan antara pengkode yang berbeda. Unit pengukuran kalimat mengatasi masalah porsi dari halaman dan menghilangkan kebutuhan untuk menghitung dan menstandarisasi jumlah kata.

3.4.1.2 Tema Pengungkapan

Cheklis yang digunakan bersumber dari Hackston dan Milne (1996), yang memperolehnya dari Ng (1985). *Cheklis* tersebut dibuat pertama kali oleh Ernst&Ernst (1978). Hackston dan Milne (1996) telah merevisi *cheklis* tersebut dengan menambahkan sejumlah aturan keputusan untuk memfasilitasi suatu interpretasi yang konsisten dari *cheklis*. Sebagai perbedaan dengan penelitian-penelitian terdahulu, tema karyawan dibagi menjadi kesehatan dan keselamatan karyawan dan kategori isi karyawan lainnya. Pembagian ini konsisten dengan penelitian Gray *et al.* (1995a).

Penelitian Guthrie dan Parker (1990) dan Gray *et al.* (1995a) menggambarkan suatu perbedaan penting antara pengungkapan sukarela dan pengungkapan yang diwajibkan undang-undang. Di Indonesia, tidak ada pengungkapan sosial yang diwajibkan oleh undang-undang, sehingga tidak ada ketentuan untuk membuat perbedaan antara sukarela dan wajib dalam instrumen. Semua pengungkapan yang diklasifikasikan dianggap sebagai pengungkapan sukarela.

3.4.2. Ukuran Perusahaan

Penelitian terdahulu, ukuran perusahaan telah diukur dengan jumlah karyawan, nilai total aset, volume penjualan, atau ranking indeks (seperti Fortune 500). Trotman dan Bradley (1981) menggunakan penjualan dan total aset. Cowen *et al.* (1987) menggunakan ranking Fortune. Robert (1992) menggunakan rata-rata pendapatan selama empat tahun. Patten (1991) menggunakan log penjualan, tetapi juga mengulang analisis dengan ranking fortune 500.

Meskipun demikian, tidak ada alasan teoritis yang ada untuk suatu ukuran tertentu dari ukuran perusahaan pada penelitian ini maupun penelitian pengungkapan lainnya. Penelitian ini menggunakan penjualan bersih untuk pengukuran dari ukuran perusahaan.

3.4.3 Profitabilitas Perusahaan

Profitabilitas diukur dengan menggunakan *return on Asset* (EBIT/ total aset), hal ini dilakukan dalam penelitian Hackston dan Milne (1996); Cowen *et. al* (1987).

3.4.4 Tipe Industri.

Tipe industri dalam penelitian ini diukur sebagai suatu klasifikasi dikotomi dari industri menjadi *high profile* dan *low profile*. Robert (1992) mendefinisikan industri *high profile* sebagai industri yang memiliki visibilitas konsumen, resiko politik yang tinggi, atau kompetisi yang tinggi. Robert (1992) menyatakan bahwa penelitian terdahulu yang mencakup industri telah terdapat suatu hubungan sistematis antara karakteristik-karakteristik tersebut dengan aktivitas pertanggungjawaban sosial. Tentu saja, semua klasifikasi itu merupakan hal yang subjektif. Robert (1992) memasukkan industri automobil, penerbangan, dan minyak sebagai *high profile*.

Patten (1991) mengidentifikasi industri minyak, kimia, hutan dan kertas sebagai *high profile* untuk satu penelitian. Dierkes dan Preston (1977) dalam Hackston dan Milne (1996) menyatakan bahwa industri *extractive* adalah sangat *visible* (kelihatan) dan karenanya menghadapi batasan-batasan hukum. Hackston dan Milne (1996) memasukkan semua industri yang diidentifikasi sebagai *high*

profile pada penelitian diatas sebagai *high profile* dengan menambahkan industri pertanian, minuman keras dan rokok, serta media dan komunikasi sebagai *high profile* karena indusri tersebut dominan di New Zealand. Semua industri yang diidentifikasi pada penelitian diatas sebagai *high profile* dimasukkan dalam *high profile* dalam penelitian ini, demikian juga yang diidentifikasi sebagai *low profile* dimasukkan dalam *low profile*.

Menurut Robert (1992), industri *low profile* merupakan industri makanan, kesehatan, dan produk personal, dan produk alat rumah tangga sebagai *low profile*. Industri *low profile* pada penelitian ini adalah industri yang tidak termasuk dalam industri *high profile*.

3.5 Teknik Analisis

3.5.1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan variabel-variabel dalam penelitian ini. Alat analisis yang digunakan adalah rata-rata, maksimal, minimal, dan standar deviasi untuk mendeskripsikan variabel penelitian.

3.5.2 Uji Kualitas Data

Sebelum menganalisis data, data diuji dengan menggunakan uji normalitas, bertujuan agar data terdistribusi dengan normal. Alat uji dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*.

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Pendugaan nilai koefisien regresi dengan metode kuadrat terkecil (OLS) bertujuan untuk mencapai kondisi yang baik yaitu *best linier unbiased estimator (BLUE)*. Agar dapat menjadi parameter yang baik maka persamaan regresi harus

memenuhi asumsi klasik. Parameter yang baik apabila tidak bias, efisien dan konsisten. Jika terdapat penyimpangan asumsi klasik atas model linier yang diusulkan (negatif) maka hasil estimasi tidak dapat dipertanggungjawabkan atau tidak *realible*. Untuk mendeteksi adanya penyimpangan asumsi klasik maka dilakukan uji multikolinieritas, heteroskedasitas, dan autokorelasi.

1. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independen*). Nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) digunakan untuk mendeteksi adanya Multikolinearitas. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas mana yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jika nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi karena ($VIF=1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai batas yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai *tolerance* mendekati 1 atau sama dengan nilai VIF disekitar angka 10. Gejala multikolinearitas akan diidentifikasi jika VIF lebih besar dari 10 (Gujarati, 1995).

Jika terjadi multikolinieritas tinggi yang akan berakibat :

- a. *Standard error* koefisien regresi menjadi besar, artinya terjadi keerratan kolinieritas antar variabel bebas.
- b. *Standard error* yang besar mengakibatkan *confident interval* untuk pendugaan parameter semakin melebar, yang akan berdampak pada kemungkinan terjadinya kekeliruan menerima hipotesis yang salah.

2. Uji Heteroskeditas

Tujuannya adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas.

Jika terjadi Heteroskeditas berakibat :

- a. Varians koefisien regresi menjadi minimum
- b. *Confident interval* akan melebar sehingga hasil uji signifikansi statistik tidak valid lagi.
- c. Apabila OLS dengan gejala heteroskedasitas tetap digunakan akan mengakibatkan kesimpulan uji t dan uji F tidak dapat menunjukkan tingkat signifikansi yang sebenarnya (tidak *realible*).

Untuk menguatkan hasil analisis maka digunakan Uji Park untuk menguji adanya Heteroskedastisitas. Adapun langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

- (1) Melakukan analisis regresi berganda untuk memperoleh variabel residual.
- (2) Menguji berbagai variabel bebas dan variabel Ln kuadrat residual sebagai variabel terikat, jika koefisien tertentu secara statistik signifikan maka variabel tersebut mengandung gejala heteroskedastisitas (Gujarati, 1995).

3. Uji Autokorelasi

Tujuannya untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu. Jika terdapat korelasi maka terdapat autokorelasi.

Jika terjadi autokorelasi berakibat pada:

- a. *Standar error* dan varian dari komponen residual cenderung *under estimated*.
- b. Hasil uji t dan F menjadi tidak valid, akibatnya signifikasinya menjadi bias.
- c. Estimator OLS akan sensitif pada setiap perubahan sampel.

Pengujian *autokorelasi* dapat dideteksi dengan *Durbin Watson Test*. Jika nilai Durbin Watson (d) berada pada posisi $du < d < 4-du$, maka dapat dipastikan model tersebut tidak mengandung autokorelasi (Gujarati, 1995).

3.5.4. Analisis Regresi

Hipotesis pertama, kedua, ketiga dan keempat akan menguji pengaruh ukuran perusahaan, tipe industri, dan profitabilitas terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan. Adapun model regresi ini ditunjukkan dalam persamaan

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \text{Ln Jual} + \beta_2 \text{Industri} + \beta_3 \text{Return on Asset}$$

Keterangan:

Y = Jumlah Pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan

Ln Jual = Logaritma natural dari Penjualan Bersih

Industri = Tipe industri, variabel dummy dengan;

1 = *high profile* dan 0 = *low profile*

Return on Asset = Rasio laba sebelum bunga dan pajak terhadap total aset

3.5.4.1 Uji Koefisien Regresi Individual (Uji t)

Uji untuk melihat kesamaan parameter b_1 , b_2 , dan b_3 secara individual yaitu digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh hubungan diantara satu variabel bebas dengan variabel terikat. Dalam pengujian ini digunakan statistik uji t. Langkah-langkah pengujiannya (Anto Dayan: 1986):

1. $H_0 : b_i = 0$ (tidak terdapat pengaruh yang nyata antara satu variabel bebas terhadap variabel terikat).
2. $H_1 : b_i \neq 0$ (terdapat pengaruh yang nyata antara satu variabel bebas terhadap variabel terikat).
3. *Level of significance*, $\alpha = 0.05$
4. Statistik uji pengujian dua arah dengan d.f = n-k-1

$$t = \frac{b_i - b_0}{se(b_i)}$$

Dimana b_i adalah koefisien regresi ke 1 yang ditaksir adalah parameter ke 1 yang dihipotesiskan dan $se(b_i)$ adalah kesalahan standar b_i dengan:

$$Se(B_i) = \frac{\sqrt{S^2}}{\sqrt{\sum X^2}} \text{ dan } S^2 = \frac{1}{n-k-1} \sum (y - \hat{y})^2$$

H_0 ditolak apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $-t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ yang berarti terdapat pengaruh yang nyata antara X_1 terhadap y , X_2 terhadap y atau antara X_3 terhadap y . Apabila $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima, berarti tidak terdapat pengaruh yang nyata antara X_1 terhadap Y , X_2 terhadap Y atau antara X_3 terhadap y .

3.5.4.2. Uji F

Untuk menguji signifikansi pengaruh ukuran perusahaan, tipe industri dan profitabilitas secara bersama-sama terhadap pengungkapan sosial perusahaan digunakan uji F yang langkah-langkah sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$ (ketiga variabel bebas secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat).
2. $H_1 : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$ (ketiga variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat).
3. *Level of significant*, $\alpha = 0.05$
4. Statistik uji, pengujian dengan (0.05: df 43), dengan rumus rasio F yang menguji signifikansi model regresi adalah:

$$F = \frac{\sum (\hat{Y} - \bar{Y})^2 (K)}{\sum (\hat{Y} - \bar{Y}) / (N - K - 1)} = \frac{R^2 / (K)}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak yang berarti bahwa secara bersama-sama ke 3 variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima yang berarti bahwa secara bersama-sama ke 3 variabel bebas tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Sampel

Perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini meliputi seluruh klasifikasi industri. Sampel penelitian berjumlah 44 perusahaan. Distribusi sampel berdasarkan klasifikasi industri bisa dilihat pada tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1
Distribusi Sampel Berdasarkan Klasifikasi Industri

No	Sektor	Blok	Jumlah	%
1	Pertanian	Perkebunan	1	2.27
		Perikanan	1	2.27
2	Pertambangan	Pertambangan Minyak & Gas Bumi	1	2.27
3	Industri Dasar dan Kimia	Semen	2	4.55
		Keramik, Perselen & Kaca	1	2.27
		Logam & Sejenisnya	2	4.55
		Kimia	1	2.27
		Plastik & Kemasan	2	4.55
		Kayu & Pengolahannya	2	4.55
4	Aneka Industri	Otomotif & Komponennya	1	2.27
		Tekstil & Garmen	2	4.55
		Kabel	2	4.55
5	Industri Barang Konsumsi	Makanan & Minuman	5	11.36
		Rokok	1	2.27
		Farmasi	2	4.55
		Kosmetika & Barang		
		Keperluan Rumah Tangga	2	4.55
6	Properti dan Real Estate	Properti dan Real Estate	2	4.55
7	Infrastruktur, Utilitas, dan Transportasi	Telekomunikasi	1	2.27
		Transportasi	1	2.27
8	Keuangan	Bank	3	6.82
		Lembaga Pembiayaan	1	2.27
		Lainnya	1	2.27
9	Perdagangan, Jasa, dan Investasi	Perdagangan Besar Barang Produksi	4	9.09
		Perdagangan Eceran	1	2.27
		Restoran, Hotel, & Parawisata	1	2.27
		Jasa Komputer & Perangkatnya	1	2.27
	Total		44	100

Sumber: Data sekunder yang diolah

Data lengkap mengenai perusahaan sampel dapat dilihat pada lampiran 1.

4.2 Profil Sampel

4.2.1 Ukuran Perusahaan

Penjualan Bersih perusahaan dijadikan sebagai proksi ukuran perusahaan. Klasifikasi Penjualan bersih sampel perusahaan dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2
Klasifikasi Penjualan Bersih Sampel

Penjualan Bersih (dalam Jutaan Rupiah)	Jumlah Perusahaan	% (Persentase)
<500.000	20	45,5
500.000 s/d 1.000.000	13	29,5
>1.000.000	11	25

Sumber: Data sekunder yang diolah

Data lengkap tentang penjualan bersih masing-masing perusahaan yang dijadikan sampel penelitian dapat dilihat pada lampiran 3.

4.2.2 Profitabilitas

Profitabilitas perusahaan diproksikan dengan *retun on asset*. Klasifikasi ROA sampel perusahaan dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3
Klasifikasi ROA Perusahaan Sampel

ROA	Jumlah Perusahaan	% (Persentase)
< 0	11	25
0 s/d 0.1	22	50
>0.1	11	25

Sumber: Data sekunder yang diolah

Data lengkap tentang ROA masing-masing perusahaan yang dijadikan sampel penelitian dapat dilihat pada lampiran 5.

4.2.3 Tipe Industri

Tipe Industri dibedakan menjadi dua yaitu *high profile* dan *low profile*, secara keseluruhan disajikan dalam tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4
Tipe Industri Perusahaan Sampel

No	Sektor	Blok	Jumlah	Tipe Industri
1	Pertanian	Perkebunan	1	High
		Perikanan	1	High
2	Pertambangan	Pertambangan Minyak & Gas Bumi	1	High
3	Industri Dasar dan Kimia	Semen	2	High
		Keramik, Perselen & Kaca	1	High
		Logam & Sejenisnya	2	High
		Kimia	1	High
		Plastik & Kemasan	2	High
		Kayu & Pengolahannya	2	High
4	Aneka Industri	Otomotif & Komponennya	1	High
		Tekstil & Garmen	2	Low
		Kabel	2	Low
5	Industri Barang Konsumsi	Makanan & Minuman	5	Low
		Rokok	1	High
		Farmasi	2	High
		Kosmetika & Barang		
		Keperluan Rumah Tangga	2	Low
6	Properti dan Real Estate	Properti dan Real Estate	2	Low
7	Infrastruktur, Utilitas, dan Transportasi	Telekomunikasi	1	High
		Transportasi	1	High
8	Keuangan	Bank	3	Low
		Lembaga Pembiayaan	1	Low
		Lainnya	1	Low
9	Perdagangan, Jasa, dan Investasi	Perdagangan Besar Barang Produksi	4	Low
		Perdagangan Eceran	1	Low
		Restoran, Hotel, & Parawisata	1	High
		Jasa Komputer & Perangkatnya	1	Low

Sumber: Data sekunder yang diolah

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang merupakan industri *high profile* adalah 20 perusahaan (45.45%). Sedangkan yang merupakan industri *low profile* adalah 24 perusahaan (54.54%). Data lengkap tentang tipe industri sampel penelitian dapat dilihat pada lampiran 4.

4.2.4 Pengungkapan Sosial dan lingkungan perusahaan

Tabel 4.5 menggambarkan jumlah pengungkapan sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan pada industri *high* dan *low*.

Tabel 4.5
Jumlah Pengungkapan Sosial dan Lingkungan Sampel Penelitian

No	Tipe Industri	Blok	Jumlah	Jumlah Pengungkapan
1	<i>High</i>	Perkebunan	1	32
	<i>High</i>	Perikanan	1	7
2	<i>High</i>	Pertambangan Minyak & Gas Bumi	1	43
3	<i>High</i>	Semen	2	37
	<i>High</i>	Keramik, Perselen & Kaca	1	20
	<i>High</i>	Logam & Sejenisnya	2	28
	<i>High</i>	Kimia	1	18
	<i>High</i>	Plastik & Kemasan	2	32
	<i>High</i>	Kayu & Pengolahannya	2	61
4	<i>High</i>	Otomotif & Komponennya	1	34
	<i>Low</i>	Tekstil & Garmen	2	33
	<i>Low</i>	Kabel	2	21
5	<i>Low</i>	Makanan & Minuman	5	60
	<i>High</i>	Rokok	1	15
	<i>High</i>	Farmasi	2	61
		Kosmetika & Barang		
	<i>Low</i>	Keperluan Rumah Tangga	2	33
6	<i>Low</i>	Properti dan Real Estate	2	14
7	<i>High</i>	Telekomunikasi	1	39
	<i>High</i>	Transportasi	1	23
8	<i>Low</i>	Bank	3	33
	<i>Low</i>	Lembaga Pembiayaan	1	10
	<i>Low</i>	Lainnya	1	10
9	<i>Low</i>	Perdagangan Besar Barang Produksi	4	45
	<i>Low</i>	Perdagangan Eceran	1	15
	<i>High</i>	Restoran, Hotel, & Parawisata	1	10
	<i>Low</i>	Jasa Komputer & Perangkatnya	1	7

Sumber: Data sekunder yang diolah

Pada tabel 4.5 terlihat bahwa tipe industri *high profile* yang lebih banyak melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan yaitu perusahaan minyak dan pertambangan, karena aktivitas perusahaan lebih banyak berhubungan dengan

alam sehingga perusahaan ini sangat perlu memperhatikan kondisi alam. Hasil tabel 4.5 diatas membuktikan bahwa industri *high profile* lebih banyak melakukan pengungkapan daripada industri *low profile*. Data lengkap tentang jumlah pengungkapan sosial dan lingkungan sampel penelitian dapat dilihat pada lampiran 2.

Tema pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan terdapat dalam laporan tahunan perusahaan yang meliputi :

Tabel 4.6
Pengungkapan Sosial Yang Dilakukan Perusahaan

Tema	Jumlah Perusahaan yang melakukan Pengungkapan	% Jumlah perusahaan yang melakukan Pengungkapan	Jumlah Kalimat yang diungkapkan	% Jumlah Kalimat yang diungkapkan
Lingkungan	14	31.82	52	7.23
Produk/ Konsumen	20	45.5	85	11.82
Kemasyarakatan	19	43.18	85	11.82
Karyawan (Kesehatan &Keamanan)	13	29.55	55	7.65
Karyawan (lainnya)	44	100	430	59.81
Umum/ Lain	5	11.36	19	1.67
Total			735	100

Sumber: Data sekunder yang diolah

Dari tabel 4.6, tampak bahwa tema yang paling banyak diungkapkan dalam laporan keuangan adalah tema karyawan (lain)/ SDM yakni 430 kalimat (59.81%), disamping itu, tema ini juga ungkapkan oleh semua perusahaan yang dijadikan sampel. Hasil ini apa yang dilakukan perusahaan-perusahaan di Amerika, Inggris, Australia, dan New Zealand. Selain itu, tema yang cenderung

menjadi perhatian perusahaan adalah tema produk/ konsumen dan kemasyarakatan yang masing-masing diungkapkan 85 kalimat (11. 82%).

4.3 Analisis Data

4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif untuk variabel pengungkapan, Ln Penjualan, dan ROA dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut ini:

Tabel 4.7
Deskripsi Statistik Variabel Penelitian

Variable	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Pengungkapan	2	43	16.34	9.72
Ln Penjualan	23.16	29.29	26.8365	1.4471
ROA	-0.231	0.522	0.03814	0.13016

Sumber: hasil output regresi

Dari tabel 4.7 terlihat minimum pengungkapan sosial dan lingkungan adalah 2 kalimat, dan maksimumnya adalah 43 kalimat, dan rata-ratanya adalah 16.34 kalimat. Sedangkan minimum Ln Penjualan adalah 23.16, maksimumnya adalah 29.29, dan rata-ratanya 26.83. Untuk ROA, minimum ROA perusahaan sampel adalah -23,1%, maksimumnya 52,3% dan rata-ratanya adalah 3.81%.

4.3.2 Uji Normalitas Data

Untuk memastikan apakah seluruh variabel dalam penelitian terdistribusi normal maka dilakukan uji normalitas data dengan menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov. Hasil pengujian normalitas data dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut ini:

Tabel 4.8
Hasil Pengujian Normalitas Data

Variabel	Asymp. Sig. (2-tailed)
Pengungkapan	0.080
ROA	0.954
Ln Penjualan	0.183

Sumber: hasil output regresi

Dari tabel 4.8 tampak bahwa pada kolom *asymptotic significance* untuk semua variabel adalah diatas 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai probabilitas lebih besar dari 0.05 artinya distribusi data yang digunakan adalah normal. Sedangkan variabel Industri tidak diuji normalitasnya karena merupakan variabel dummy.

4.3.3 Pengujian Asumsi Klasik

Untuk mendukung kebenaran interpretasi hasil analisis dengan model regresi maka dilakukan uji asumsi klasik berupa uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi.

4.3.3.1 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Dalam penelitian ini nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) digunakan untuk mendeteksi

adanya Multikolinearitas. Dari hasil perhitungan output regresi untuk variabel Ln Penjualan, ROA, dan Industri terlihat pada tabel 4.9 berikut:

Tabel 4.9
Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*

Variable	Tolerance	VIF
Ln Penjualan	0.984	1.017
ROA	0.952	1.050
Industri	0.963	1.039

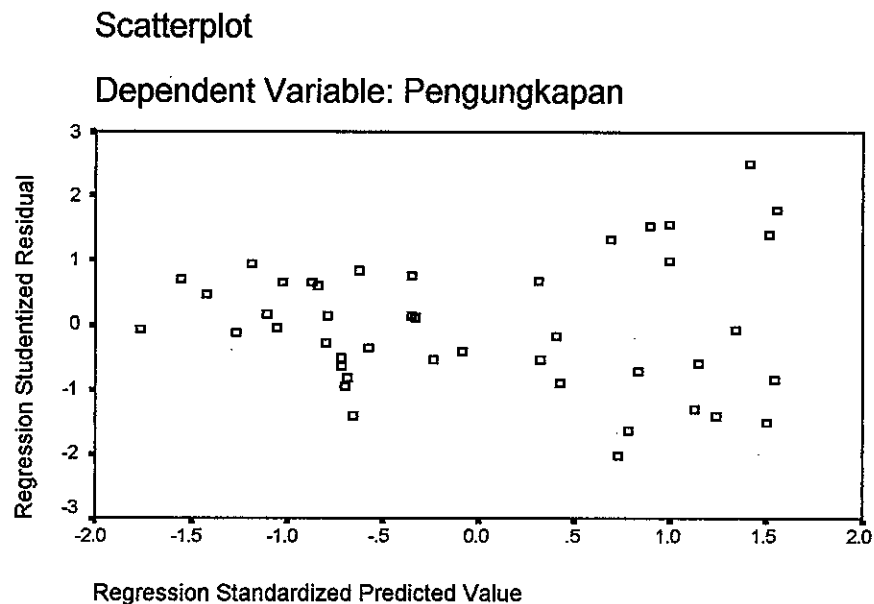
Sumber: hasil output regresi

Dilihat dari nilai yang terdapat dalam tabel 4.9, tampak bahwa nilai *tolerance* kurang dari 1 yang berarti tidak terdapat korelasi antar variabel bebas yang nilainya lebih dari 95%. Hasil perhitungan pada kolom VIF juga menunjukkan hal yang sama, yakni tidak ada satupun variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel bebas tidak mengandung multikolinearitas.

4.3.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya. Pada Gambar 4.1 berikut, dapat dilihat grafik *scatterplot* yang menunjukkan tidak ada pola tertentu dimana titik-titik menyebar di bawah dan diatas angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedasitas (Imam Ghozali, 2001).

Gambar 4.1
Scatterplot



Terlihat bahwa persamaan mempunyai *scatterplot of regression standardized predicted value* dan *standardized residual* berada di bawah dan diatas angka nol pada sumbu y. Dengan demikian kedua persamaan tersebut tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

Hasil tersebut juga diperkuat dengan hasil uji Park seperti yang ditampilkan pada tabel 4.10 berikut ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji Park

Variabel	T	Sig.
(constant)	-0.464	0.645
Ln Penjualan	0.970	0.338
ROA	-1.163	0.252

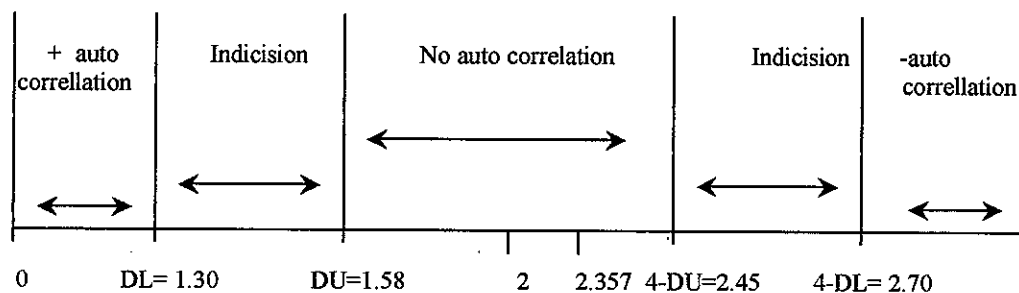
Sumber: hasil output regresi

Dari tabel 4.10, tampak bahwa pada kolom sig. untuk semua variabel adalah diatas 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai probabilitas lebih besar dari 0.05, artinya model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas. Sedangkan variabel Industri tidak diuji karena merupakan variabel dummy.

4.3.3.3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu. Pengujian terhadap autokorelasi dapat dideteksi dengan Durbin Watson test. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa besarnya DW dapat dilihat pada gambar 4.2 berikut ini:

Gambar 4.2
Durbin Watson Test



Berdasarkan analisis untuk mendeteksi autokorelasi persamaan, tidak terdapat masalah autokorelasi, karena dalam persamaan regresi menghasilkan nilai Durbin Watson test yaitu 2,357 terletak diantara nilai batas atas $du = 1,30$ dan nilai $4-du = 2,45$. Jika nilai Durbin Watson terletak pada nilai diantara batas atas atau *upper bound* (du) dan $(4-du)$ maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi (Imam Ghazali, 2001).

4.3.4. Pengujian Hipotesis

Hipotesis 1, 2, 3, dan 4 bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Penjualan, Tipe Industri, dan ROA terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Variabel Penjualan memiliki deviasi yang besar sehingga mengakibatkan data tidak normal dan memiliki koefisien yang signifikan dalam pengujian heteroskedastisitas, oleh karena itu perlu ditransformasikan ke dalam model regresi ln (Gujarati, 1995). Adapun model regresi ini ditunjukkan dengan persamaan:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \ln X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Koefisien β_1 mengukur elastisitas variabel Y yang disebabkan karena perubahan variabel X_1 begitu pula untuk X_2 , dan X_3 . Hubungan antara variabel X_1 , X_2 , dan X_3 dengan Y ditentukan oleh tanda (+ atau -) dari koefisien (β) dari masing-masing variabel.

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *godness of fit* nya. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai statistik t, nilai statistik F dan koefisien determinasinya. Suatu perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (menolak H_0) dan sebaliknya tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah yang menerima H_0 (Imam Ghazali, 2001).

Untuk menguji adanya pengaruh yang signifikan atau tidak antara variabel dependen dan independen peneliti menggunakan uji statistik t. Uji Statistik F dilakukan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara Ln Penjualan, Tipe Industri, dan ROA secara bersama-sama terhadap pengungkapan

sosial dan lingkungan perusahaan. Koefisien determinasi (R Square) adalah suatu unit nilai yang menunjukkan besarnya perubahan yang terjadi yang diakibatkan oleh variabel lainnya. R Square digunakan untuk mengetahui seberapa besar (dalam %) sumbangan faktor Ln Penjualan, Tipe Industri, dan ROA terhadap tingkat tingkat pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan. Hasil uji t , uji F dan koefisien determinasi dapat di lihat pada tabel 4.11

Tabel 4.11
Hasil Uji Regresi

	Koefisien	T	Sig	Keterangan
Ln Penjualan	0.274	2.391	0.022	Signifikan
Tipe Industri	0.583	5.007	0.000	Signifikan
ROA	-0.086	-0.743	0.462	Tidak Signifikan
F			0.000	Signifikan
R ²	0.483			
R ² Adjusted	0.444			

Sumber : Hasil Output regresi

Dari hasil analisis regresi maka bisa dibuat model regresi berganda sebagai berikut:

Pengungkapan sosial dan lingkungan =

$0.274 \text{ Ln Penjualan} + 0.583 \text{ Tipe Industri} - 0.086 \text{ ROA}$

Berdasarkan tabel 4.11, dapat diketahui pada persamaan regresi, terlihat bahwa variabel Ln Penjualan memiliki tingkat signifikansi <0.05 . Hal ini menunjukkan bahwa variabel Ln Penjualan secara parsial berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan.

Semakin besar penjualan suatu perusahaan maka perusahaan itu akan melaporkan pengungkapan sosial dan lingkungan yang lebih banyak. Hasil penelitian ini **menerima hipotesis pertama**.

Untuk mendapat legitimasi, perusahaan besar akan melakukan aktivitas sosial lebih banyak agar mempunyai pengaruh terhadap pihak-pihak internal maupun eksternal yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan. Penelitian ini mendukung teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan dapat bertahan apabila masyarakat disekitar perusahaan merasa bahwa perusahaan melakukan aktivitas bisnisnya sesuai dengan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat (Gray *et al.*, 1996). Penelitian ini mendukung hasil penelitian Kelly (1981), Patten (1991) di Amerika Serikat dan Hackston dan Milne (1996) di New Zealand yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan.

Berdasarkan tabel 4.11, juga dapat diketahui bahwa variabel industri memiliki tingkat signifikansi <0.05 . Hal ini menunjukkan bahwa tipe industri berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan. Industri *High Profile* cenderung melaporkan lebih banyak pengungkapan sosial dan lingkungan dibandingkan dengan industri *low profile*. Dengan demikian penelitian ini **menerima hipotesis kedua** yang menyatakan tipe industri mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan. Hasil penelitian sesuai dengan teori legitimasi bahwa industri *high profile* lebih banyak melakukan pengungkapan sosial karena aktivitas industri *high profile* lebih banyak berhubungan dengan lingkungan dan

dibatasi oleh hukum. Dengan memberikan lebih banyak pengungkapan sosial dan lingkungan maka aktivitas perusahaan akan mendapat legitimasi oleh pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa *stakeholder* merupakan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung teori legitimasi dan teori *stakeholder*.

Hal ini sesuai dengan penelitian Kelly (1981) menyatakan perusahaan industri utama dan sekunder cenderung untuk mengungkapkan lebih banyak informasi yang berhubungan dengan lingkungan dan energi dibandingkan perusahaan di bidang industri tersier. Penelitian Patten (1991) dan Hackston dan Milne (1996) yang menemukan bahwa tipe industri mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan. Muslim Utomo (1999) menyatakan industri *high profile* lebih banyak mengungkapkan pengungkapan sosial dan lingkungan di banding industri *low profile*.

Dari tabel 4.11, dapat diketahui bahwa pada persamaan regresi, terlihat bahwa variabel ROA memiliki tingkat signifikansi >0.05 . Hal ini berarti bahwa variabel ROA secara parsial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan. ROA menggambarkan tingkat profitabilitas perusahaan, dengan demikian tingkat profitabilitas perusahaan tidak berpengaruh terhadap besar pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan. Hasil penelitian ini **tidak berhasil menerima Hipotesis ketiga**. Perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi belum tentu lebih banyak melakukan aktivitas sosial karena perusahaan

lebih berorientasi pada laba semata. Hal ini juga disinyalir oleh Donovan (2000) yang menyatakan bahwa pada saat perusahaan memperoleh laba yang tinggi maka perusahaan merasa tidak perlu untuk mengungkapkan pengungkapan sosial karena perusahaan sudah memperoleh kesuksesan finansial. Sedangkan pada saat perusahaan memperoleh laba yang rendah, maka terdapat persepsi bahwa pengguna laporan senang untuk membaca berita baik (*good news*) tentang kinerja perusahaan dalam bidang sosial seperti kinerja lingkungan. Hasil temuan ini serupa dengan hasil penelitian Ng (1985), Patten (1991) dan Hackston dan Milne (1996). Hasil penelitian ini tidak mendukung teori yang menyatakan bahwa dengan adanya laba yang tinggi maka manajemen akan melakukan pengungkapan sosial yang luas.

Secara keseluruhan Ln Penjualan, Tipe Industri dan ROA berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap tingkat pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan dengan alpha 5%. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan prosentase tingkat pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan dapat dijelaskan oleh perubahan yang terjadi pada seluruh Ln Penjualan, ROA, dan tipe Industri. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model ini cukup baik digunakan untuk melihat pengaruh Ln Penjualan, Tipe Industri dan ROA terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan. Dengan demikian **hipotesis keempat dapat diterima.**

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, tipe industri, dan profitabilitas perusahaan terhadap luas pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan dalam laporan tahunan. Ada beberapa kesimpulan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Variabel ukuran perusahaan yang diproksi dengan penjualan bersih berpengaruh positif terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan. Sedangkan variabel profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Hackston dan Milne (1996) di New Zealand dan Patten (1991) di Amerika Serikat.
2. Tipe industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan. Industri *high profile* ternyata lebih banyak melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan, hal ini konsisten dengan penelitian di Amerika Serikat oleh Cowen *et al.*, 1987; Patten, 1991; di Amerika Serikat dan Australia penelitian Kelly, 1981. Penelitian Hackston dan Milne (1996) di New Zealand juga sesuai dengan penelitian ini. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Muslim Utomo (1999) di Indonesia.

3. Tema pengungkapan yang paling banyak dilaporkan adalah pada tema karyawan/ sumber daya manusia, hal ini serupa dengan apa yang dilakukan perusahaan-perusahaan di Amerika, Inggris, Australia, dan New Zealand.
4. Tipe industri merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan.

5.2. Implikasi Hasil Penelitian

Pengungkapan sosial dan lingkungan terbatas pada perusahaan yang mempunyai karakteristik tertentu seperti ukuran perusahaan yang besar dan industri *high profile* lebih banyak mengungkapkan pengungkapan sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan. Tema pengungkapan sosial dan lingkungan lebih banyak pada tema karyawan lain yang mencakup pelatihan karyawan, bantuan terhadap karyawan pemberian gaji dan profil karyawan. Hal ini menandakan bahwa kepedulian perusahaan hanya terbatas lingkungan internal perusahaan. Kurangnya kepedulian perusahaan terhadap lingkungan mengakibatkan berbagai dampak seperti polusi oleh asap pabrik, pembuangan limbah yang tidak diolah dengan standar, akan mengakibatkan perembesan limbah tersebut pada air tanah sehingga tercemarnya sumur ataupun sungai oleh limbah sehingga tercemarnya air di sekitar perusahaan yang akan merugikan masyarakat disekitarnya.

Kerusakan lingkungan akibat aktivitas perusahaan semakin jelas dan kesadaran masyarakat terhadap lingkungan semakin tinggi. Harapan dari masyarakat yaitu perusahaan yang melakukan aktivitas bisnisnya juga memperhatikan lingkungan. Dimungkinkan juga muncul peraturan pemerintah

mengenai Undang-undang yang mengatur aktivitas perusahaan agar tetap memperhatikan lingkungan agar tidak terjadi kerusakan lingkungan, yang akan terlihat pada pengungkapan sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan, dengan kata lain pengungkapan sukarela diwajibkan bagi industri *high profile* yang aktivitas perusahaannya banyak berhubungan dengan lingkungan dan berikutnya industri *low profile*.

Informasi yang seluas-luasnya mengenai pengungkapan sosial dan lingkungan menunjukkan keterbukaan pihak manajemen terhadap pihak lain yang berkepentingan terhadap perusahaan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

1. Periode penelitian ini hanya satu tahun, yakni tahun 2001, sehingga konsistensi hasil penelitian antar tahun tidak dapat diketahui.
2. Subjektivitas peneliti dalam menempatkan perusahaan pada kategori *high profile* dan *low profile* dan dalam pengukuran pengungkapan sosial dan lingkungan tidak dapat dihindari sehingga terdapat kemungkinan adanya bias.

5.4 Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan peneliti untuk penelitian yang akan datang antara lain:

1. Periode penelitian ditambah hal ini akan berpengaruh terhadap konsistensi pengujian hipotesis.
2. Menambahkan variabel lain seperti tingkat perekonomian suatu negara sebagai faktor yang berpengaruh terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrews, B.H., Gul, F.A., Guthrie, J.E. dan Teoh, H.Y. (1989), "A note on corporate social disclosure practices in developing countries: the case of Malaysia and Singapore", *British Accounting Review*, Vol. 21 No. 4, pp. 371-6
- Anto Dayan, (1986). *Pengantar Metode Statistik Jilid I dan II*, LP3ES Jakarta.
- Donovan, Gary O, dan Gibson, Kathy, (2000), "Environmental disclosures in the corporate annual report: a longitudinal Australian study", *Paper for presentation at the 6th Interdisciplinary Environmental Association Conference, Montreal, Canada*.
- Cowen, S.S., Ferreri, L.B. dan Parker, L.D. (1987), "The impact of corporate characteristics on social responsibility disclosure: a typology and frequency-based analysis" *Accounting, Organisations, and Society*, Vol. 12 No. 2, pp. 111-22
- Friedman, M. (1962), *Capitalism and Freedom*, The University of Chicago Press, Chicago, IL.
- Gray, R., Kouhy, R. dan Lavers, S. (1995a), "Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 8 No. 2, pp. 47-77
- Gray, R., Kouhy, R. dan Lavers, S. (1995b), "Methodological themes: constructing a research database of social and environmental reporting by UK companies", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 8 No. 2, pp. 78-101
- Gray, R, Owen D., dan Adams, C. (1996), *Accounting and Accountability*, Prentice Hall Europe.
- Gray, R, Owen D., dan Maunders, K. (1987), *Corporate Social Reporting: Accounting and Accountability*, Prentice-Hall, London.
- Gray, R, Owen D., dan Maunders, K. (1988), *Corporate Social Reporting: Accounting and Accountability*, Prentice-Hall, London.
- Gujarati, Damodar N., 1995. *Basic Econometrics*. Third Edition. Mc. Graw-Hill.
- Guthrie, J. dan Mathews, M.R. (1985), "Corporate social accounting in Australia" in Preston, LE. (Ed.), *Research in Corporate Social Performance and Policy*, Vol. 7. Pp.251-77

- Guthrie, J. dan Parker, L.D. (1990), "Corporate social disclosure practice: a comparative international analysis", *Advances in Public Interest Accounting*, Vol. 3. Pp. 159-75.
- Hackston, D. dan Milne, M.J, (1996), "Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand Companies", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 9 No. 1, pp. 77-108.
- Imam Ghozali (2001), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Undip Semarang.
- Kelly, G.J. (1981), "Australian social responsibility disclosure: some insights into contempory measurement", *Accounting and Finance*, Vol. 21 No. 2, pp. 97-104.
- Krippendorff, K. (1980), *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*, Sage, London.
- Muhammad Muslim Utomo (1999), *Praktek Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan Perusahaan Di Indonesia, Makalah SNA III*.
- Ng, L. W. (1985), "Social responsibility disclosures of selected New Zealand companies for 1981, 1982, 1983", Occasional paper No. 54, Massey University, Palmerston North.
- Patten, D.M. (1991), "Exposure, legitimacy, and social disclosure", *Journal of Accounting and Public Policy*, Vol. 10, pp. 297-308.
- Rizal Hasibuan (2001), *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial Dalam Laporan Tahunan Emiten Di BEJ dan BES*, Tesis Program Magister Akuntansi Undip
- Roberts, R.W. (1992), "Determinants of corporate social responsibility disclosure: an application of stakeholder theory", *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 17 No. 6, pp. 595-612